

## · 资讯播报 ·

## 奥飞娱乐2017年净利下滑81.92%

北京商报讯(记者 卢扬 郑蕊)4月26日晚间,奥飞娱乐发布2017年年度报告,数据显示,报告期内奥飞娱乐实现营业收入36.42亿元,同比增长8.39%,但归属于上市公司股东的净利润较上年同期减少81.92%,仅为9012.96万元。

奥飞娱乐方面表示,公司归属于上市公司股东的净利润相比上年同期有较大变动,一方面是因为公司2017年四季度上线的潮流玩具业务未达预期,此外还由公司海外影视业务收缩调整及影视投资业务亏损,同时游戏业务未达预期及对应该业务子公司商誉减值等所致。

从玩具厂商起家的奥飞娱乐,目前主营业务主要分为五大部分,即衍生品设计、生产及销售,内容创作与管理,互联网娱乐业务,婴童用品和电视媒体。且随着文化对消费影响力的加深,奥飞娱乐的战略核心聚焦泛娱乐消费,通过IP内容精品化、IP产业多元变现,实现跨业态、跨品类、全球化产品覆盖。

而据公告显示,目前在奥飞娱乐营业收入中占比最高的仍是玩具销售,并在2017年占比53.67%,营业收入达19.55亿元,紧随其后的则是婴童用品,在2017年以8.69亿元占比23.86%。而观察2017年各项业务营业收入下降最大的则是设计与制作,营业收入同比减少91.95%,此外游戏类产品的营业收入也较上年同期下滑48.85%。

值得注意的是,为了强化自身的泛娱乐业务,奥飞娱乐近年来也不断进行资本动作,不仅投资收购北京四月星空、有妖气等公司,入股日本公司角川游戏,还涉足动画、虚拟偶像、VR等领域,整体投资金额达到数十亿元。对比海外市场,从玩具厂商向影视等文娱内容产业扩张的也有先例,比如乐高、孩之宝等。但在业内人士看来,在泛娱乐整体市场规模持续扩大的背景下,越来越多的资本不断涌入,行业竞争加剧,而相比于以上转型成功的企业,奥飞娱乐的品牌价值和品牌影响力仍然有限,内容和渠道的整合还有待进一步完善。

## 华住旗下平价酒店借升级抢市场

北京商报讯(记者 徐慧 王莹莹)酒店行业竞争加剧,令处于金字塔底层的平价酒店也受到了中档酒店由上而下的挤压。4月26日,华住酒店集团旗下平价酒店品牌海友酒店宣布产品升级。业内人士指出,海友酒店此举正是要抢夺经济型酒店市场。

据了解,新一代的海友4.0产品更强调了“轻”简设计的应用,除了外观方面的迭代,产品上也做了很多人性的细节改动。此外,由于采用了模块化的产品设计模型,海友4.0在建设周期上也得以更好地控制施工周期及成本。

“海友是一家很‘轻’的酒店,通过拒绝附加值,忠于住宿需求的本质,提倡顾客让钱包减负。”华住酒店集团海友酒店CEO徐皓涛表示:海友为旅客提供实惠、干净、简单、便捷的住宿产品,倡导理性的出行理念,主张把住宿可能产生的边际成本用来更好地品味风土人情。”而华住酒店集团品牌总监沈一飞表示,海友酒店主张和自身消费需求相对标的生活态度,通过控制住宿成本协同旅客实现选择和负担上的轻松。

据了解,海友酒店目前在全国已有400家店,其中北京有48家店。升级后的海友酒店已经开业13家店。沈一飞指出,未来,海友酒店着力发展一线城市,仍然保持每年发展五六十家店。对于品牌升级后在价格上是否有变化,沈一飞坦言:海友酒店还是会遵循实价销售的理念,保持在平价区间,基本在150-250元。”

事实上,近几年,中端酒店是各大酒店集团纷纷抢占市场的“香饽饽”,在此背景下,品牌升级显得尤为重要。酒店产权网联合创始人冯少辉表示,海友自身品牌已经出现了些市场脱节,盈利能力不足;升级海友有助于在存量物中获得一些发展机会,特别对于小型酒店。”而华美酒店顾问机构首席知识官、高级经济师赵焕焱直言,通过对海友酒店品牌的升级,将会在一定程度上抢占更多的经济型酒店市场。

## 和合谷签约“三辣之乡”发力供应链

北京商报讯(记者 徐慧)自去年提出“从100到1000”发展战略后,国人快餐和合谷开始发力供应链建设。4月25日,北京和合谷餐饮管理有限公司与天津市宝坻区林亭口镇政府举行农产品对接项目签约仪式。该项目主要以“建立基地+协会+农户订单”的模式,对林亭口镇的六瓣红大蒜、五叶齐大葱、天鹰椒等特色“三辣”农产品进行收购,并逐步建立和合谷自己的原材料种植基地。

随着生活水平的提高,消费者对安全、有品质保障的特色农产品需求非常大,而很多优质农产品却因销售渠道等问题打不开销路。林亭口镇地处京、津、唐三大城市地理中心位置,拥有良好的生态环境和品种丰富的土特产农产品,经济作物种植以五叶齐大葱、天鹰椒、六瓣红大蒜为特色,素有“三辣之乡”的美誉。

和合谷董事长赵申表示,该项目是充分利用双方优势实施精准扶贫、促进精准脱贫的民生工程,也是和合谷积极履行社会责任的惠民工程。此次签约内容只是双方合作的切入点,未来可能扩展到食品工业甚至体验农业及田园综合体等更广泛的合作领域,打造“民族化、生态化、智能化、健康化”的特色商业模式。

林亭口镇党委书记高进田表示,该项目为全镇搭建了一个惠农、惠民的致富平台,希望将该项目打造成传统农业产业结构调整样板工程,为社会主义新农村建设以及实施利民工程等方面实现更大的突破。镇党委、政府将全力跟踪项目进展情况,全程提供优质服务。

和合谷自去年3月发布了“从100到1000”发展战略后,开始侧重“打通一二三产,打造强势供应链”的策略,用一年多时间建立了大米等主要原材料的种植基地,完成了两个食品加工厂的功能规划和产能升级。此次与林亭口镇的合作,再次从源头强化了食品安全保障。

## 净利连续大降 麦趣尔收购账失算

4月25日晚,新疆乳业和烘焙龙头麦趣尔发布2017年年报。数据显示,2017年归属于上市公司股东的净利润实现1884万元,同比下降33%。这也是麦趣尔继2016年净利大幅下滑60.54%之后,利润再度大幅缩水。近两年,尽管麦趣尔试图通过并购来拓展烘焙业务,但目前来看几个项目进展并不顺利。有业内专家指出,并购确实是企业扩大规模最直接的方式,但如果并不注重并购质量,可能反而会拖累企业发展。

## 净利连降

麦趣尔发布的2017年年报显示,公司实现营业收入5.8亿元,同比增长3.53%;但归属于上市公司股东的净利润1884万元,同比下降33%。至于净利润下降的原因,麦趣尔曾在此前披露的2017年业绩预告中称,因2017年受市场的宏观因素影响,造成公司节日产品的销售及盈利情况未达到预期。

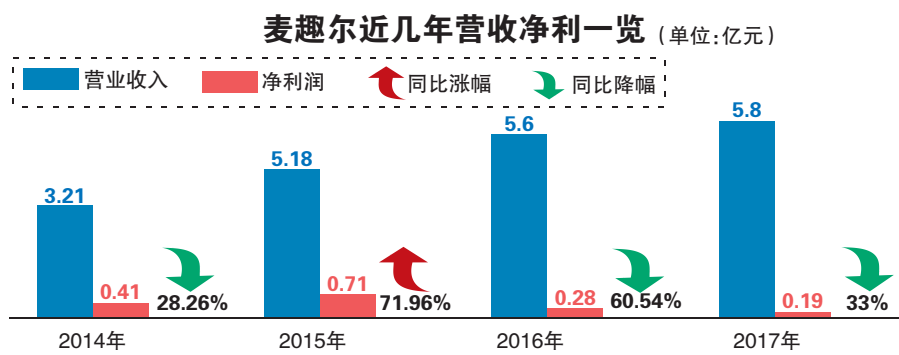
事实上,这已经是麦趣尔连续第二年净利大幅下滑。2016年麦趣尔年报披露,归属于上市公司股东的净利润0.28亿元,较上年同期骤降60.54%。

麦趣尔经营的主要产品为烘焙食品、乳制品和节日食品,营收占比分别为45.2%、39.09%和12.85%,其他产品占比2.85%。其中,节日食品同比下滑4.99%,烘焙食品同比下滑0.96%。

从地区来看,麦趣尔目前主要覆盖新疆、浙江和北京三个地区,其中新疆地区营收占比55.69%位居第一,浙江和北京营收占比分别为42.26%和2.05%。数据显示,新疆地区营收同比下降43.02%,浙江地区营收同比下降3.4%,北京地区营收同比上升3.41%。

麦趣尔还披露了公司发展战略,将以社区烘焙连锁为核心平台,借助移动与社交互动等新技术推进直营门店、加盟门店的拓展。同时,将华东、华北作为公司连锁经营在疆外发展的重点区域。

值得关注的是,就在年报披露前一周的4月18日,新疆维吾尔自治区食



品药品监督管理局在官网发布了食品生产企业飞行检查警示函2018年第3号,飞行检查中发现麦趣尔集团股份有限公司存在无奶源控制制度、成品库存放的成品无明显标识、出厂放行制度落实不到位等问题,并要求麦趣尔公司彻底整改。

## 收购存疑

公开资料显示,新疆麦趣尔集团公司成立于2002年12月30日,主要从事乳制品和烘焙产业。2014年1月9日麦趣尔成功上市,但首年业绩并不理想,利润下降至4143.4万元,同比减少28.26%。为扭转业绩下滑,麦趣尔开启了“收购之旅”。

2015年,麦趣尔以2.98亿元收购了新美心100%股权进入浙江市场。公开资料显示,新美心是一家烘焙连锁企业,业务范围在宁波及其周边地区。截至2014年6月30日,新美心拥有直营烘焙连锁店235家,其生产中心拥有食品加工生产线200条,可支持500-600家烘焙连锁店经营所需。但新美心曾在2013年曝出食品安全事件,这一事件让新美心在2013年和2014年上半年出现净利断崖式下滑。

麦趣尔2017年初发布的业绩预告修正公告称,截至2017年12月31日,收购新美心的账面商誉余额为1.31亿元,由于所处行业竞争加剧及门店改造摊销的影响,可能存在商誉减值风险。

而麦趣尔2017年进行的另一笔收购也惹来非议。2017年12月,麦趣尔发布公告称,与青岛丹香投资管理有限公司(以下简称“青岛丹香”)签署

《股权收购协议》,将以2.19亿元对价购买该公司51%股权。青岛丹香是一家集生产、销售为一体的烘焙食品企业,主要从事蛋糕、现烤面包、中西式点心、咖啡以及节日食品的生产与销售,拥有4个生产基地和直营连锁店200多家。

本次收购中,麦趣尔给予青岛丹香整体估值高达3.9亿元,对应公司1.05亿元的股东权益,增值率为271.25%。对于给出高估值的原因,麦趣尔表示,主要是采用了收益法进行评估所致。据公告披露,青岛丹香承诺在2017-2020年的四年中,公司净利润将分别不低于2200万元、3680万元、4050万元、4500万元。但2017年上半年,青岛丹香净利润才只有331.39万元,按此推算全年与承诺业绩相差较大。

值得注意的是,就在麦趣尔收购之前,潍坊德硕创业服务中心以及潍坊慧谷投资管理中心突然对青岛丹香进行大手笔增资,令青岛丹香注册资本由1000万元增至1亿元,而潍坊德硕和潍坊慧谷分别持有10%和80%的股权。而麦趣尔的交易对手正是潍坊慧谷。潍坊慧谷由张彩虹、王树高分别持股99.9%、0.1%。潍坊慧谷入股青岛丹香后,张彩虹持有青岛丹香79.92%股份,成为第一大股东。也就是说,通过提前入股青岛丹香再转手麦趣尔,张彩虹凭借出售青岛丹香51%股份套现超过2亿元,相比之前5100万元的人股资金,半年内增值4倍,这也把麦趣尔的该笔投资推至舆论的风口浪尖。

## 落地难题

尽管前两次收购不顺,但麦趣尔发力烘焙市场的决心并未动摇。今年3月,主打传统连锁店模式的麦趣尔开始涉足互联网电商板块,宣布拟以2亿-4亿元收购新三板公司ST手乐,后者是国内新兴的互联网+蛋糕零售企业,通过线上B2C+线下B2B的O2O模式,实现烘焙蛋糕的全渠道销售。值得关注的是,后者此前三年持续亏损,2017年才刚实现扭亏为盈。针对收购ST手乐,麦趣尔表示,通过集中生产的中央厨房和线下共享的配送,可以逐步实现公司线下门店业务与线上业务的融合发展。

今年4月,麦趣尔还发布公告,筹划全资子公司参与设立产业投资基金。根据公告,此次筹划设立产业基金总规模预计为2.5亿元,拟由天石基金担任普通合伙人,军源通用、芜湖创盈、潍坊慧谷、麦趣尔(深圳)投资有限公司作为有限合伙人参与投资。其中子公司麦趣尔(深圳)投资有限公司拟认缴的财产份额为1000万元。该笔产业基金将重点投资于围绕麦趣尔主营业务相关产业链上下游及资源。由此可见,麦趣尔正在加速产业链资源整合和业务扩张。

中国食品产业研究员朱丹蓬认为,从麦趣尔几次资本运作可以明显看出,企业希望迅速把体量做大,收购过程中也更注重数量和速度,这或许跟背后有资本推动有关。但从产业角度来看,这种一味追求速度的发展模式并不健康,应该更加注重收购企业的质量。目前来看,烘焙行业在华东、华南、西南以及华北等地区发展较好,但从麦趣尔目前布局来看,区位优势还不明显,难以匹配企业需要的高增长。在他看来,麦趣尔打通线上线下全产业链模式的难点还在落地,虽然有一定的发展机遇和趋势作为支撑,但势必必要解决供应链、产业链等方面难题。

北京商报记者 徐慧 赵超越/文 白杨/制图

## F 聚焦 Focus

## 三大餐饮盛事5月齐聚北京

北京商报讯(记者 郭诗卉)今年5月,餐饮业将迎来三大行业盛事。2017年度北京餐饮十大品牌颁奖盛典、2017年度中国餐饮业十大品牌颁奖盛典、2018中国餐饮大会将逐一在北京举办。北京商报作为三大餐饮盛事全程独家合作的主办方,将全面参与活动的组织与传播。业内人士指出,即将亮相的三大餐饮盛事,将为政府部门、行业协会、餐饮企业、供应商、资本方、消费者等搭建起沟通互动的桥梁,在展示优秀餐饮品牌风采的同时,引领更多发展中的餐饮品牌顺应行业新趋势,不断发掘可持续发展的新商机。

“北京餐饮十大品牌”评选活动由北京烹饪协会和北京商报社联合主办,迄今已成功举办了8届,该活动遴选北京餐饮业的年度榜样,已成为餐饮业与政府、社会、消费者沟通的桥梁。本届评选活动围绕新时代中国餐饮业品牌化建设展开,与往年不同的是,今年北京餐饮十大品牌评选首次采取了提名制,设立了由行业协会、业内企业、上下游

企业、专业媒体等组成的百人专家评审团。活动自1月启动以来,已经历了专业提名、专业评审,4月27日起正式启动为期10天的公众投票,之后要综合专家评审与公众投票的结果确定最终奖项,按计划将于5月中旬举办颁奖典礼。

被誉为“中国餐饮奥斯卡”的中国餐饮业十大品牌”评选活动,由中国烹饪协会、北京商报社、《数据》杂志以及中国经济网联合主办。今年的评审是从品牌诚信、品牌价值、品牌美誉度、社会责任、产品创新、模式创新、服务创新、管理创新等八个维度综合考量餐饮品牌的竞争力,从正餐、火锅、快餐、团餐、清真餐、国际美食、休闲简餐、小吃八个类别分别评选出十大品牌 and 知名品牌。评选活动经过专业提名、专家评审、媒体评审、在线投票等评选流程,目前已接近尾声,将于5月29日举办颁奖典礼。

此外,作为第五届京交会的重要板块,由北京市商务委员会、中国烹饪协会主办,北京烹饪

协会、北京商报社承办的“2018中国餐饮大会”也将在5月30日京交会期间隆重举办。大会将通过多位重量级嘉宾的主题演讲及互动交流,促进餐饮业品质提升,凝聚全国品牌餐饮企业力量,扩大宣传中国美食文化,推动国内外餐饮合作共赢,实现中餐海外外的联动发展,进一步促进中国餐饮业繁荣发展。

2017年中国餐饮业快速发展,全国餐饮收入实现3.9万亿元,同比增长10.7%。与此同时,消费升级之势,中餐出海、餐饮外卖、智能餐饮、餐饮新零售等概念、新趋势层出不穷。在很多业内人士看来,中国餐饮业正迎来品牌化发展的新机遇,在不久的将来,会出现越来越多百亿级的中国餐饮品牌,而这些品牌也将带动整个餐饮行业的转型升级。三大盛事的举办,对于展现餐饮各业态优秀品牌风采,引领探讨行业趋势,推广中国饮食文化,推动餐饮业转型、创新和健康发展,提升餐饮业形象将发挥积极作用。

## IP采购成本上升 中文在线一季度亏损超3000万

北京商报讯(记者 卢扬 郑蕊)刚刚在2017年实现归属于上市公司股东的净利润同比增长一倍的中文在线,于4月25日晚间发布2018年一季度报告,数据显示,该报告期内中文在线亏损超3000万元。亏损扩大的背后是中文在线加大了自有IP运营平台与新游戏的推广,同时版权与营销推广费用增加。

公告显示,2018年一季度,中文在线实现营业收入1.44亿元,较去年同期增长36.32%,归属于上市公司股东的净利润-3093.35万元,比上年同期亏损扩大54.08%。由于收入主要集中在下半年,而上半年的营业成本等费用仍在持续产生,近年来中文在线上半年的营业利润和净利润较全年相比偏低。但再仔

细观察可以发现,与往年相比,亏损额度已从去年一季度亏损百万元提升到今年一季度亏损千万元的级别。对此中文在线方面表示,报告期内净利润亏损扩大,是公司IP一体化战略得到快速推进,加大了对17K网站等自有原创文学平台、自有IP以及新游戏的推广,且为继续扩大内容优势,加大了IP版权采购,导致成本及销售费用大幅增加。此外公司加大了产品及平台的研发投入,研发费用快速增长,同时因支付并购重组产生的中介机构费用、管理费用较去年同期增长较大。

近年来中文在线不断围绕IP进行相关业务布局,构建泛娱乐生态,并以文学IP为核心,以授权、合作分成、联合

出品等多种方式,衍生为游戏、文学、动漫、影视、听书、纸书等产品,力图实现版权价值最大化。截至目前,中文在线已联合出品《情满四合院》《凤吹天下》《鬼吹灯之龙岭迷窟》等多部影视作品,同时还新增游戏发行运营服务,并与影视、游戏等公司战略合作,收购二次元领域公司晨之科等。

IP、泛娱乐均是当下市场的关键词,但同样也能发现,由IP衍生为其他产品的过程也会面临一定风险。投资分析师许彬表示,资本青睐IP,一方面是因为IP自身的内容质量,另一方面则是IP背后积累的受众群,正是因为IP热度较高,版权价格也在攀升,增加了相关公司的运营成本,此外投入重金的

项目上线后市场效果不及预期的情况此前也曾出现过。

对于IP开发过程的风险,中文在线方面也表示,IP衍生项目改编、制作完成后,也需要取得相关部门的审批许可后方可发行与出品,因此IP项目存在进度延迟、审核不通过、发行失败的风险。同时当前影视、游戏等市场已形成激烈的竞争格局,用户对产品要求日趋提高,IP衍生项目出品发行后,存在市场效果不佳的风险。针对上述风险,中文在线设立IP管理委员会,并制定了相关的IP管理、评估、投资制度,对每个特定项目潜在风险进行风险识别,并在合同中设置保障条款,跟踪监督实施过程中的IP项目,最大程度降低IP改编出品风险。

项目上线后市场效果不及预期的情况此前也曾出现过。

对于IP开发过程的风险,中文在线方面也表示,IP衍生项目改编、制作完成后,也需要取得相关部门的审批许可后方可发行与出品,因此IP项目存在进度延迟、审核不通过、发行失败的风险。同时当前影视、游戏等市场已形成激烈的竞争格局,用户对产品要求日趋提高,IP衍生项目出品发行后,存在市场效果不佳的风险。针对上述风险,中文在线设立IP管理委员会,并制定了相关的IP管理、评估、投资制度,对每个特定项目潜在风险进行风险识别,并在合同中设置保障条款,跟踪监督实施过程中的IP项目,最大程度降低IP改编出品风险。